

La rumorología y el uso de las fuentes de información en los medios de comunicación deportivos en España

Javier Gómez-Bueno¹

Recibido: 2013-08-10
Envío a pares: 2013-09-11

Aprobado por pares: 2013-11-16
Aceptado: 2014-01-20

Para citar este artículo / To reference this article / Para citar este artigo

Gómez-Bueno, J. Junio de 2014. La rumorología y el uso de las fuentes de información en los medios de comunicación deportivos en España. Palabra Clave 17 (2), 456-483.

Resumen

En esta investigación pretendemos dilucidar si se emplea el rumor como elemento noticioso en los medios de comunicación deportivos españoles. Primero estableceremos un marco teórico y después realizaremos un análisis ético de los medios españoles. El uso del rumor es una práctica nociva para el periodismo y se encuentra sancionada en los códigos deontológicos de la profesión periodística

Palabras clave

Ética, medios de comunicación, deontología, fuente de información. (Fuente: tesaurus de la UNESCO).

¹ Universidad de Murcia, España. javier.gomezbueno@gmail.com.

Rumor and the Use of Information Sources in Spain's Sports Media

Abstract

The authors of this study attempt to ascertain whether rumor is used as an element of news in the Spanish sports media. First, they establish a theoretical framework, and then conduct an ethical analysis of the Spanish media. The use of rumor is an injurious practice for journalism and is regarded as an offense in journalism codes of ethics.

Keywords

Communication ethics, mass media ethics, information source (Source: UNESCO Thesaurus).

A “rumorologia” e o uso das fontes de informação nos meios de comunicação esportivos na Espanha

Resumo

Nesta pesquisa, pretendemos determinar se se emprega o rumor como elemento de notícia nos meios de comunicação esportivos espanhóis. Primeiramente, estabeleceremos um referencial teórico e, depois, realizaremos uma análise ética dos meios espanhóis. O uso do rumor é uma prática nociva para o jornalismo e encontra-se sancionada nos códigos deontológicos da profissão jornalística.

Palavras-chave

Ética da comunicação, deontologia dos meios de comunicação, fonte de informação. (Fonte: Tesouro da Unesco).

Introducción

El rumor es un elemento extrainformativo, que más que informar actúa como desinformador. Los códigos deontológicos de la profesión sancionan esta práctica debido a esta característica, aunque en la prensa deportiva es un recurso demasiado frecuente.

Los medios publican rumores, en este ámbito concreto, por diversas causas. Pueden hacerlo como cortinas de humo, cuando el equipo del que son simpatizantes atraviesa un mal momento; anunciando fichajes sonados, con la intención de mejorar el ánimo entre los aficionados y, consiguientemente, las audiencias o, en verano, para rellenar las páginas de los diarios con publicaciones sobre fichajes. Aquí también juegan un papel importante los representantes de los jugadores, que filtran el interés de otros equipos en sus representados, para conseguir aumentos de sueldos o renovaciones.

También se debe tener presente, dentro del orbe deportivo y de los medios de comunicación, la afinidad existente hacia el equipo de fútbol de la ciudad de donde es editado el medio y, por tanto, la consiguiente aversión hacia el considerado rival. Este es el caso de los equipos F. C. Barcelona y Real Madrid y los medios de comunicación de ambas ciudades. Es frecuente apreciar cómo muchos de los rumores que se emiten sirven como instrumentos de confrontación y, con ello, se intenta desprestigiar al que es considerado como rival deportivo.

Sea cual sea el motivo del lanzamiento del rumor, es una práctica poco ética, pues la base de la noticia es la contrastación y, además, produce un engaño en el lector.

En esta investigación, en primer lugar, realizaremos una síntesis sobre el empleo, la suplantación, la rigurosidad y la manipulación que se puede hacer de las fuentes, ya que éstas son las que determinarán si una noticia está contrastada o es, simplemente, un rumor. Es por tanto la primera fase, la que establece un marco teórico adecuado para situarnos ante el hecho investigado: el uso del rumor en la prensa deportiva española y la vulneración de los códigos deontológicos de la profesión mediante su empleo.

Luego, en una segunda fase, haremos un análisis ético sobre el uso de los rumores en la prensa deportiva, mediante el estudio de algunos casos, empleando para ello tres de los códigos deontológicos que afectan a la prensa deportiva española. Éste consistirá en un estudio cualitativo y comparativo de los códigos deontológicos que por su relevancia y ámbito territorial afectan a la prensa española. Con el análisis pretendemos delimitar que los medios de comunicación deportivos incumplen los códigos deontológicos de la profesión periodística y, de esta forma, corroborar el objetivo principal: la vulneración de los códigos deontológicos en referencia al empleo de los rumores por parte de los periodistas deportivos españoles.

Los códigos empleados en el análisis, a los cuales están sujetos estos medios de comunicación, son el Código del Sindicato de Periodistas de Madrid, el Código Europeo de Deontología y el Código del Colegio de Periodistas de Catalunya.

Con todo ello, pretendemos demostrar que existe un uso constante del rumor en este tipo de prensa, una práctica contraria a los preceptos éticos promulgados en los códigos deontológicos de la profesión comunicativa. Estos códigos han sido suscritos por las asociaciones de periodistas a las que pertenecen estos medios y, por tanto, están obligados a cumplirlos moralmente.

Las fuentes de información en el periodismo deportivo

Las fuentes son la base fundamental del rigor y la credibilidad profesional, de su correcto uso depende la calidad del texto informativo en contraposición de lo que sería un simple rumor. A continuación veremos cuántas se emplean en la prensa deportiva. Comentaremos también la denigrante práctica de la suplantación de fuentes y analizaremos la rigurosidad y contrastación de las fuentes en relación con la inmediatez en el actual panorama comunicativo. Además, prestaremos atención a otro hecho que se puede dar: la manipulación consciente o inconsciente de las fuentes, ya sea porque las fuentes utilizan al periodista para conseguir sus propios intereses

(representantes, jugadores, entrenadores, etc.), por relaciones de amistad entre las fuentes y los profesionales o por servilismo.

¿Cuántas fuentes se emplean?

El empleo correcto de fuentes, para dar voz a las distintas partes de un hecho, aporta riqueza, credibilidad y rigor a los textos informativos, además de ser un filtro para que el público pueda detectar si la información que está leyendo o viendo es un rumor o realmente una noticia.

Aguado Terrón y Martínez Rodríguez (2005, p. 92) advierten que no es difícil detectar la riqueza de un texto. Bastará con una lectura crítica para que el lector se cerciore de si hay un peso excesivo de la agenda oficial/oficiosa de los medios, crítica que se atribuye actualmente a los medios. También se debe tener en cuenta si se respeta el equilibrio de las fuentes, si se da voz a todas las partes en conflicto.

En la línea expuesta, Borrat (1998) asegura que la credibilidad de un medio está en relación directa con la cantidad, calidad y diversidad de las informaciones y fuentes que cita, mientras que Tuchman (1983) pone de ejemplo a Bernstein y Woodward, los periodistas que descubrieron el *Watergate*, cuando sostienen que todo hecho debe estar verificado por dos fuentes independientes entre sí (cfr. Forte, 2001, p. 90).

Nosotros echamos en falta, en la prensa deportiva española, la falta de fuentes. Se publican rumores sin contrastar bajo el formato informativo sin que se aluda a ninguna fuente concreta y sin estar sustentados por pruebas que los verifiquen.

Una norma elemental de cualquier periódico riguroso consiste en hablar con todas las partes implicadas en un acontecimiento informativo; aunque no se consiga, se debe intentar (Grijelmo, 2003, p. 550).

Sin embargo, Kovach y Rosenstiel (2003, p. 108) nos advierten sobre el peligro de concederles la misma importancia a las distintas partes de un conflicto, ya que no tiene por qué constituir un fiel reflejo de la realidad.

Puede ocurrir que, a veces, la consulta a la otra parte desarme la noticia que se tenía preparada. Ocurre con frecuencia que una fuente malintencionada pasa una información de la que se sustraen datos importantes; entonces, sólo acudiendo a la parte acusada se podrá acceder a toda la verdad. Aquí es donde el periodista debe actuar con honradez, si tras la consulta a la parte acusada no aprecia sospechas suficientes, deberá tirar la denuncia a la papelera o archivarla hasta que aparezcan nuevos indicios (Grijelmo, 2003, p. 553).

Consideramos, por tanto, fundamental un correcto empleo de fuentes, ya que son éstas, en su diversidad y contrastación, las que hacen que el periodista pueda llegar a la verdad y, de esta manera, no se deje manipular por un único informador. Más adelante podremos observar un ejemplo clarificador en el caso de las acusaciones de dopaje por parte de la cadena COPE y su correspondiente respuesta mediática por parte de los medios catalanes. Además, el periodista deberá tener un espíritu ético para no caer en la tentación, ya sea por la presión de la inmediatez actual de los medios o por intereses ocultos de suplantar a las fuentes.

Mala *praxis* profesional: suplantación de fuentes

Una práctica peligrosa y antiética consiste en la suplantación de alguna fuente, cuando el periodista da su opinión o afirma sus pensamientos atribuyéndoselos a una fuente. Se puede hacer por intereses empresariales (para conseguir publicar una noticia o para ocultar un hecho que vaya en contra de la línea editorial del medio) o por el agobio producido por el cierre de la edición. Esta es una práctica denigrante para la profesión, con el consiguiente daño ocasionado a la ciudadanía, a la que se trata de engañar y manipular. Para eso ya están los textos de opinión: si un periodista quiere aportar su 'realidad', puede hacerlo en ellos.

En la misma línea expuesta por nosotros, Lecaros (1989, p. 164) afirma que los profesionales pueden sentirse 'obligados' a comunicar lo falso, en cuanto producido sólo para ser noticia, y asevera que:

Aunque es una regla periodística no cuestionada que el ideal al dar una noticia es que las citas o datos vayan acompañados del nombre

de las personas que las han dado, hay una serie de estudios que demuestran que el público o no lo nota o no le importa mucho la ausencia de ellas. Y esto hace tentadora la posibilidad de hacer una afirmación propia para posteriormente adjudicársela a una “fuente” con el agravante de defender esta postura diciendo que probablemente esa afirmación refleja —si se hubiera reportado— el pensamiento de alguien. Este hábito no sólo se presta para esconder la flojera en el reporte sino que es un modo de balacear un artículo en la línea de los intereses personales del periodista. Al ser falso es una falta a la ética profesional. Por esto es imperativo desde el punto de vista de la deontología que se deje expresa constancia del *off the record* cuando éste se utiliza (1989, p. 107).

Además, cuando se actúa así el periodista o el medio debe ser consciente de que, aparte de incumplir las normas deontológicas, puede acarrearle, si se descubre, la pérdida completa de su credibilidad y, también, hacerle responsable de los posibles daños personales si los afectados acuden a la justicia.

Consideramos que el profesional de la información, al hacer uso correcto de las fuentes informativas, tal y como se enseña en las facultades de comunicación, hará posible el cumplimiento de los principios éticos de verdad, objetividad y exactitud en la información y, también, demostrará su independencia profesional y su imparcialidad informativa.

La inmediatez en el discurso comunicativo actual: contrastación de las fuentes

Para una correcta atribución de fuentes, con la inmediatez reinante y la falta de tiempo en el actual panorama mediático, es necesaria la contrastación, con la cual se consigue el rigor informativo. La falta de ésta originaría que en lugar de estar ante una noticia se estuviera ante un rumor.

López (1995, p. 14) afirma que, precisamente por la rapidez técnica y la feroz competencia de los medios audiovisuales, se tiende a convertir la información en espectáculo, de lo que se aprovechan los grupos de presión políticos y económicos para tratar de controlar la información a través de potentes gabinetes de prensa. Por ello consideramos necesaria la contrastación.

Kovach y Rosenstiel (2003, p. 65) aseguran que, ahora que los medios trabajan 24 horas, las noticias son cada vez más fragmentarias y las fuentes ganan poder con respecto a los medios.

Si los medios se dejan llevar por la presión de la inmediatez, pueden incurrir en el error de no contrastar las noticias, lo que facilita la manipulación por parte de las fuentes.

Para Rodríguez Duplá (1995, p. 78), quien se refiere a la ética platónica, la hoy tan frecuente 'tiranía' de los índices de audiencia despoja a los medios de su dignidad profesional (la *technê*), lo que relega a las noticias a la categoría de alcahueteo o adulación (*kolakeia*).

Efectivamente, como argumenta este autor, apreciamos que la prensa deportiva española está bastante influenciada por los índices de audiencia. En sus contenidos se hace patente la técnica anglosajona del *infotainment*, actualmente extendida a casi todos los formatos y países debido a la globalización. Esta técnica consiste en mezclar información y entretenimiento con el fin de alcanzar grandes índices de audiencia. Sin embargo, se incurre, con su empleo, en una banalización del producto, que tiende a elevar los rumores al rango de noticia. La falta de tiempo y la espectacularización de los contenidos afectan negativamente a la contrastación inherente al periodismo. El rumor se publica o se emite, fiándose de una única fuente o, en algunos casos, de una fuente interesada. Se publica porque puede ser una noticia jugosa, sin detenerse a analizarla y contrastarla.

Además, como asegura Grijelmo (2003, p. 579), el hecho de ser articulista, periodista de opinión, tampoco exime al profesional de su responsabilidad de contrastar la información antes de publicarla.

Consideramos que la falta de rigor y contrastación puede causar la pérdida de credibilidad y acciones judiciales en contra. Por ello, el profesional, al emitir rumores, no sólo incumple los códigos deontológicos sino que, además, se puede ver inmerso, tanto él como el medio, en un proceso judicial que conllevaría a que bajase el nivel de su reputación y podría acarrear graves perjuicios económicos.

Cuando no se contrastan las informaciones no sólo influyen factores de inmediatez, sino también empresariales. Alcoba López (1980, p. 157) lo expresa así:

Muchas veces los buenos deseos de los periodistas deportivos por tratar el deporte en su aspecto cultural y divulgar sus beneficios, chocan con los intereses de las empresas y hay que doblegarse ante ellos. El deporte como cultura no vende ejemplares, pero sí lo hace –mientras el nivel cultural de la población no se eleve y se tenga otro concepto del deporte– toda información considerada como interesante, pese a no tener, en muchas ocasiones, verosimilitud.

El profesional debe ser consciente de la importancia fundamental de la contrastación de las fuentes, a pesar de la falta de tiempo, ya que sin ella los medios se encontrarían en una situación de inferioridad ante las fuentes o en manos de ellas. Además, el rumor y la manipulación desplazarían a la información. Por todo ello el periodista ha de extremar la rigurosidad de sus informaciones si quiere poseer un carácter ético que sea consecuente con las pautas deontológicas de la profesión.

Intoxicaciones informativas: la manipulación consciente y no consciente

Los informadores deben poner en cuarentena los datos suministrados por las fuentes, ya que éstas pueden ser partes interesadas en el proceso informativo.² Se puede producir una manipulación en la realidad informativa, ya sea de manera consciente, cuando el periodista mantiene relaciones de amistad o de servilismo con las fuentes y omite informaciones perjudiciales hacia éstas, o de manera inconsciente, cuando la fuente se aprovecha para intoxicar al medio con sus intereses particulares.³

Esto último es común en el ámbito del periodismo deportivo, cuando jugadores, entrenadores y representantes filtran informaciones interesadas

2 López (1995, p. 37) afirma que con las fuentes se debe tratar siempre con cierto distanciamiento, mientras que Aguado Terrón y Martínez Rodríguez (2005, p. 63) aseguran que en una sociedad más compleja, donde los medios juegan un papel crucial, las fuentes acumulan una importante cuota de poder y son pieza clave del proceso informativo.

3 Jay Epstein asegura que los testigos sólo cuentan a los reporteros lo que ellos opinan basándose en su propio interés, y pueden mentir o adornar su historia con un propósito particular sin arriesgar ningún castigo legal (cfr. Lecaros, 1989, p. 104).

sobre supuestas ofertas de otros clubes para obtener mejoras económicas o contractuales y, de esta forma, obligar a su club actual para que actúe y evite su marcha. Estaríamos entonces ante un caso de manipulación inconsciente por parte de los periodistas, que dan información de una noticia cuando en realidad se trata de un rumor o, peor todavía, de un invento. En la misma línea que argumentamos, Paniagua Santamaría define así otro hecho similar:

La fuente no es sólo un observador. Normalmente está tan interesada o más en que el hecho, su conocimiento, llegue a su destino. En este sentido es también un promotor, incluso un creador, de información. Lejos de ser un observador imparcial, la fuente representa muchas veces a entidades y organismos, públicos y privados (clubes, federaciones...) para los que es vital que esa información fluya en los términos que ellos quieren. Para ello no dudarán en ofrecer a los medios no sólo datos sino textos ya elaborados listos para publicar o emitir.⁴ Como tampoco dudarán en acotar la parte de realidad que ellos quieren que sea observada por el periodista, dirigiendo el interés de éste hacia temas o personas mediante entrevistas planificadas, conferencias de prensa, etc. (2002, pp. 24-25).

La manipulación consciente, como hemos indicado, se puede producir cuando se establecen relaciones de amistad entre la fuente y el periodista o por razones de servilismo. Grijelmo (2003, p. 575) considera que algunos personajes tienen la habilidad de suministrar buenas informaciones, convirtiéndose así en fuentes privilegiadas que hacen favores a los periódicos y esperan recibirlos a cambio. Por eso, el buen periodista debe procurar un distanciamiento con respecto a sus fuentes. Este autor lo define de la siguiente manera:

Un buen observador puede apreciar como algún periódico tiende a proteger a aquellos personajes que le suministran información, cómo en determinados escándalos alguien siempre quedará por encima del bien y del mal, o cuyas acciones se disculpan y se enmarcan adecuadamente.

La ecuanimidad del periodista riñe con esa discriminación (...).

4 Estas prácticas son la que utilizan normalmente las fuentes institucionales. Si el medio se basa prioritariamente en este tipo de fuentes corre el riesgo de convertirse en un medio oficialista.

Continúa, citando a José Javier Muñoz: “Cada día más, y especialmente en temas de escándalos, las exclusivas no son tanto fruto de la sagacidad de los periodistas como de la codicia de determinadas fuentes que venden sus informaciones al mejor postor”.

Hemos apreciado que la manipulación consciente se puede producir, principalmente, por dos motivos: relación de amistad y servilismo con el protagonista o lo contrario, una relación de enemistad. Lo podemos ver en los siguientes casos.

En primer lugar, en el caso de las críticas constantes, hace unos años, del diario *Marca* hacia Sergio Ramos, jugador del Real Madrid. Esto se debió a que este jugador concertaba entrevistas con el medio de la competencia, el diario *As*, lo que provocó una campaña, por parte de *Marca*, en su contra. Sin embargo, después del Mundial de Sudáfrica, Sergio Ramos dio su primera entrevista como nuevo campeón del mundo al diario *Marca*. Desde entonces pasó de enemigo a amigo y se le defendía siempre en el diario, alabando sus virtudes futbolísticas.

El otro caso lo observamos en el diario *As*.⁵ Este diario llevaba una línea editorial (y todo el grupo Prisa, al que pertenece el diario) contraria a José Mourinho, que fue entrenador del Real Madrid. El 8 de enero de 2013 el entrenador no acudió a la entrega del premio al mejor entrenador porque sabía que él no iba a ser el elegido y dijo que iba a quedarse en Madrid entrenando. La portada de *As* de ese día titulaba: “Mourinho trabajó... Viendo entrenar al equipo de su hijo”. Se le criticó por este hecho, argumentando que para él era más importante ver a su hijo entrenar que la imagen del Real Madrid. Sin embargo, el 29 de agosto de 2013, Cristiano Ronaldo, jugador estrella del Real Madrid y muy querido por el diario *As*, decidió hacer lo mismo. No acudió a la gala de la UEFA y se quedó en España para jugar un partido amistoso. En este caso, el diario *As* defendió al jugador y publicó: “Cristiano Ronaldo prefiere jugar hoy a ir de fiesta a Mónaco”. Apreciamos, por tanto, una evidente interpretación de los hechos en función de las re-

5 El doble rasero de *As* y Tomás Roncero (2013). Disponible en: <http://elpaseatras.blogspot.com/2013/08/el-doble-rasero-de-as-y-de-tomas-roncero.html> [fecha de consulta: 7 de septiembre de 2013]

laciones de amistad o enemistad que el medio posee con los actores de la noticia. Como atestiguan los códigos, los periodistas deben emitir noticias veraces e imparciales, distinguiendo siempre entre los hechos y las opiniones, algo que evidentemente no se produce en estos casos, donde lo que prima es la relación existente entre el medio y los protagonistas.

Por otra parte, Javier Gómez Matallanas, periodista deportivo, ante la pregunta de si sus fuentes le piden cosas a cambio, responde: “No, suele ser un intercambio puro, en el sentido de que es una relación de confianza, sobre todo en no desvelar su identidad. Lo que ocurre es que, por esa buena relación, igual le favoreces inconscientemente, sin que él te lo pida. Sabes que puedes tener más información si le tratas mejor, pero intentando ser justo (...)” (Gutiérrez, 2005).

También, Paniagua Santamaría (2002, p. 57) advierte que las fuentes no dudarán en influir en el medio con todas las técnicas a su alcance para conseguir sus fines, por lo que el medio aparecerá como un ente neutral que debe permanecer alerta para no sufrir las intoxicaciones de la fuente.⁶

Javier Gómez Matallanas opina sobre esta disyuntiva:

Te filtran nombres, las fuentes te meten goles aunque contrastes con varias. No es que estén conchabados, pero es un negocio y el periodismo es muy importante para que el negocio salga. A veces, sin atentar contra tu ética, sabes que tienes que meter una mentirijilla para dar con la [noticia] buena. Lo contrastas con el club y a lo mejor te dicen: “Sí, me lo han ofrecido, lo estamos estudiando”. Es fastidiado estar permanentemente en esas. En Italia es otro rollo, porque el que lleva la información de fichajes siempre maneja toda la información: años de contrato, lo que les van a pagar, estado de la negociación... Aquí hay un oscurantismo que no existe en el periodismo político. Las fuentes no te cuentan de la misa la media y tienes que ir de mentira a verdad siempre (Gutiérrez, 2005).

6 López (1995, pp. 32-33) afirma: “Por intoxicación debemos entender cualquier intento de proporcionar informaciones falsas a un medio con el objetivo de crear un estado de ánimo favorable o desfavorable a determinadas instituciones, empresas o personas”.

Apreciamos también otro peligro, con el que hay que observar una gran cautela: las fuentes anónimas, pues éstas también pueden ser fuentes interesadas en proporcionar 'su' información e influir en los estados de ánimo por intereses particulares.

Como precaución se pueden emplear técnicas de verificación, como la utilizada por Joe Lelyveld (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 126), director ejecutivo de *The New York Times*, que exige a los reporteros y editores de este medio que se hagan dos preguntas antes de hacer uso de una fuente anónima:

1. ¿Qué conocimiento directo tiene esa fuente del suceso?
2. ¿Qué motivo, si es que hay alguno, podría tener la fuente para engañarnos o confundirnos, o para exagerar u ocultar datos importantes que puedan alterar nuestra impresión de la noticia?

Por tanto, para evitar las manipulaciones de las fuentes, hay que actuar con rigor y ética profesional, evitando los rumores y publicando sólo la información que esté debidamente contrastada. Además, es una grave falta ética la práctica de favorecer a determinadas fuentes que facilitan información a los periodistas, ya que el fin principal del periodismo es informar con la mayor objetividad posible o veracidad a la sociedad sobre los hechos que suceden, como recalcan los códigos deontológicos de la profesión y como se enseña en todas las asignaturas de ética y deontología de la comunicación.

El rumor

En este epígrafe vamos a realizar el análisis ético con el que intentaremos corroborar que los medios de comunicación deportivos en España incumplen los códigos deontológicos debido a la publicación de rumores. Lo haremos mediante un análisis cualitativo y comparado de algunos ejemplos en relación con los artículos de los códigos éticos que son incumplidos. Antes de entrar en la materia práctica apreciaremos una breve síntesis de lo que reputados investigadores consideran del uso del rumor en la prensa.

Lecaros (1989, p. 161), con base en diversos estudios, asegura que gran parte de los rumores son producto de polémicas correctamente no asumidas o lanzados a la circulación como ideas exploratorias, para ver hasta qué punto tendrán éxito en la opinión pública. Una información basada en un rumor está muy lejos de informar, más bien desinforma.

Martínez Albertos (1999, pp. 27-28) expone que el requisito previo de todo texto informativo consiste en que los hechos puedan ser comprobados. Ésta es la primera fase del proceso creador, que se corresponde con la *inventio* descrita en la *Retórica* aristotélica. La segunda fase es la *dispositio*, la obligación deontológica de comprobar la veracidad del hecho que se va a difundir. En la tercera fase, *elocutio*, el periodista pone por escrito o codifica el contenido intelectual del acontecimiento que va a informar, sirviéndose de un determinado medio de masas. Por lo tanto, el rumor no tiene cabida alguna en los planteamientos propios de un periodismo que pueda ser considerado técnicamente correcto y deontológicamente aceptable.

Martínez Albertos continúa asegurando que los nuevos modos periodísticos tienden hacia las formas actuales del periodismo televisado (1999, pp. 30-31). La carga emocional del mensaje televisado hace desvanecer los contornos fronterizos entre lo que es un hecho comprobable y realmente comprobado, la noticia, y lo que es simplemente un rumor.

En la misma línea se manifiesta Mazenauer cuando afirma que Internet es el medio de los rumores por excelencia. En ningún otro lugar se puede diferenciar menos que nunca entre realidad y posibilidad (Roura, 2001, p. 93).

Manezauer considera que desde la invención de la prensa los rumores, las falsificaciones y las mentiras son parte sustancial de ella. En el trasfondo se esconden intereses estratégicos de tipo político-económico,⁷ populista, ideológico, subversivo, irónico, artístico o para el entretenimiento. Además, comenta la dificultad existente para erradicar los rumores:

7 Grijelmo (2003, p. 579) asegura que: "A veces los rumores forman parte del juego político. Se difunden como arma arrojada para desacreditar a una persona".

Siempre queda algo en el aire, porque lo desmentido, en la lógica del rumor, no es percibido como corrección sino como encubrimiento solapado. Esto hace de toda defensa contra los rumores una actividad difícil y arriesgada, un 'arte peligroso'. Tampoco se le aligera el peso mediante el derecho común a la rectificación, sino todo lo contrario. Los periódicos, mediante la frecuente puesta al margen de una nota de rectificación, hacen aumentar las probabilidades de que mayor cantidad de personas capten un dudoso rumor (cfr. Roura, 2001, p. 92).

Estas características que estamos comentando las podemos apreciar en la siguiente noticia del diario *Sport*, del día 13 de febrero de 2011, donde se afirma, sin rubor, que las informaciones son rumores:

El Madrid llegó a Barcelona pensando en el próximo año

El Real Madrid llegó a última hora de la tarde de ayer a Barcelona para preparar el partido de esta noche ante el Espanyol, pero lo cierto es que los últimos rumores e informaciones apuntan a que son pocos los dirigentes madridistas que siguen pensando en esta temporada.

Con la Liga complicada, la maquinaria blanca se habría puesto ya a trabajar de cara a la próxima campaña para tratar de frenar el dominio futbolístico del FC Barcelona. El primer objetivo, al parecer, sería el de encontrarle sustituto a Jorge Valdano como director general de la entidad debido a las malas relaciones que mantiene con el técnico José Mourinho. Desde Inglaterra insisten en que el luso le habría pedido a Florentino Pérez la incorporación este próximo verano del danés Frank Arnesen, actual director deportivo del Chelsea y con quien ya coincidió en el club londinense durante su etapa en la Premier League.

Podemos observar cómo la frase subrayada nos indica que estamos ante un rumor que ocupa un formato informativo. El uso de los rumores en la elaboración de la noticia, como en este caso, incumple el artículo 9 del Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid, el artículo 4 del Código Europeo de Deontología del Periodismo y los artículos 1 y 2 de la Declaración de Principios de la Profesión Periodística a Catalunya. En este ejemplo no se tiene en cuenta la veracidad de la noticia. Se publica bajo un formato informativo, y ya en el primer párrafo lo califican como un rumor. Sin embargo se le otorga la credibilidad suficiente, sin ninguna contrastación, y se realiza con ello una incorrecta práctica profesional que

está sancionada en los códigos deontológicos. No parece, por tanto, el mejor camino que ha de seguir el periodismo.

Por todo ello no podemos estar más de acuerdo con Blázquez (2000, p. 68), cuando califica el rumor como un globo sonda, una acción para calibrar las reacciones del público, aunque para muchos informadores se ha convertido en la antesala de la noticia.⁸ No se pretende averiguar la verdad ni calcular el beneficio o perjuicio que se puede causar, sino satisfacer alguna necesidad psicológica del público de forma morbosa. La institucionalización del rumor es una forma de desinformación, cuya variante es la cortina de humo, empleada como arma política para desviar la atención hacia un hecho anecdótico.⁹

Grijelmo (2003, p. 579) asegura que los periodistas difundían informaciones avisando que eran rumores. Luego, si se confirmaban, podían apuntarse el tanto, y si se desmentían, ellos ya habrían avisado de que se trataba de un rumor.

Esta actuación es parecida a la que nosotros hemos podido observar que se lleva a cabo en el diario *Marca*. Durante el verano, periodo de inactividad futbolística, lanza gran cantidad de rumores sobre posibles fichajes. En caso de que acierte en alguno, publica que ya lo había adelantado, pero en los que no acierta, la mayoría, corre un tupido velo y no rectifica diciendo que estaba equivocado.

Otro ejemplo de rumor (y por tanto de mala praxis profesional) se dio en la noticia difundida por la cadena SER sobre el apuñalamiento de un escolta de Mourinho, en ese momento entrenador del Real Madrid, hecho que no fue confirmado ni por el entrenador, ni por el escolta, ni por el club, y del que además no existe denuncia policial. Sin embargo, el rumor fue lanzado y se hizo eco de él en muchos medios de comunicación. Esta es la noticia publicada en *Sport*, el 4 de marzo de 2011:

8 Así lo afirmaba José María García en la radio, según Grijelmo (2003, p. 579), aunque apreciamos que en realidad se puede considerar la antesala de la desinformación, pues no está contrastado y se puede utilizar para difundir cualquier tipo de falacia, provocando la indefensión del público ante la imposibilidad de corroborarlo.

9 En la prensa deportiva sucede cuando, después de una derrota del equipo al que el medio es afín, anuncia posibles fichajes de grandes jugadores.

Un aficionado intentó apuñalar a Mourinho en La Coruña

Según anunció este viernes José Ramón de la Morena en la Cadena Ser, citando fuentes del club [sin embargo el club negó el suceso], el herido recibió una puñalada de cuatro centímetros.

Los hechos habrían tenido lugar en el Aeropuerto de la Coruña. Al parecer, Mourinho se dirigía a atender a un grupo de aficionados que le pedían autógrafos cuando el miembro de seguridad que le acompañaba, de nombre Eduardo, sintió la puñalada. Rápidamente el resto de guardaespaldas se llevaron a Mourinho y comprobaron que a su compañero le había herido con lo que parecía un punzón.

De la Morena asegura que nadie informó a Mourinho de lo que había sucedido hasta este mismo viernes.

La publicación de estos hechos sin confirmar (nunca se aseguró su certeza) incumple los artículos mencionados con anterioridad, e intenta atraer a la audiencia con publicaciones morbosas. Nuevamente los periodistas vuelven a incidir en publicar un hecho sin contrastar, vulnerando otra vez los códigos y alejándose notablemente de la exactitud en la noticia. Se difunden conjeturas y rumores como si se tratara de hechos verificados. En esencia, una noticia no debe ser publicable hasta que no esté debidamente verificada, máxime en un hecho de gran trascendencia como éste.

Situaciones como esta se dan constantemente en la prensa deportiva española. Es por casos como este por lo que Roura (2001, p. 89) asegura que el suceso real es una quimera, y que el cotilleo, el murmullo, el zumbido, el susurro, la habilitan. El chisme o el cuchicheo ocupan un lugar preponderante en la realidad informativa.¹⁰

Pernau (1995, p. 304) insiste en la defensa de la importancia del Código del Colegio de Periodistas de Cataluña (nosotros lo suscribimos, pero también al resto de los códigos deontológicos) y lo ejemplifica con el caso más famoso del periodismo, el *Watergate*. Nixon tuvo que dimitir, precisa-

10 Forte (2001, p. 42) asegura: "Ciertamente nada nos envuelve en mayores males que acomodarnos al rumor, persuadidos de que lo mejor es lo admitido por el asentimiento de muchos, tener por buenos ejemplos numerosos y no vivir racionalmente, sino por imitación".

mente, porque se respetaron las normas elementales del periodista: difundir sólo informaciones fundamentales y evitar la difusión de rumores, contenidas en los artículos 1 y 2 del citado código. Las confidencias de Garganta Profunda orientaban sus pasos, pero los periodistas tenían que comprobar que aquellas pistas y acusaciones eran ciertas.

Con estas aportaciones, tanto de los códigos deontológicos como de estos estudiosos, nos percatamos de la suma importancia que tiene en nuestra práctica profesional la contrastación de las noticias y la verificación de los hechos. Lo que está en juego con la correcta praxis es la credibilidad del profesional y el derecho de la ciudadanía a una información fidedigna.

Otro autor en consonancia con nuestra teoría es el profesor Alcoba (1980, p. 113), que considera que el rumor en el deporte es producto de una condescendencia de quienes desean disponer de poder, sin importar el sentido negativo. En realidad una gran parte de información difundida proviene de rumores, unas veces con fundamento y otras veces, la gran mayoría, se trata de inventos sacados a la luz por los propios intereses de los dirigentes o de los periodistas.

Un caso similar se aprecia en el siguiente ejemplo. Ocurrió con la información que vinculaba al F. C. Barcelona con prácticas dopantes. Alcalá, periodista de la cadena COPE, que alegó tener una fuente del Real Madrid, lanzó el rumor. Más adelante, esa supuesta fuente no lo respaldó y el F. C. Barcelona denunció a la COPE y al periodista, que tuvieron que rectificar. Pero la prensa catalana, en su ánimo de defender a ultranza al equipo del que es afín, cometió otro error gravísimo: acusar al presidente y al entrenador del Real Madrid, sin pruebas, de estar detrás de la filtración, aunque desde el club se negara cualquier implicación.

Mundo Deportivo sacó en portada el 15 de marzo de 2011 las imágenes de ambos, entrenador y presidente, con el siguiente titular:

“¡Qué vergüenza!”

La portada de *Sport* del mismo día, también con la imagen de ambos, rezaba:

“¡Basta de mentiras!”

“El Madrid pone en marcha el ventilador. La COPE, el último altavoz mediático de Mourinho y Florentino” [entrenador y presidente del Real Madrid, respectivamente].

Y *El 9 Sportiu de Catalunya* avanzó peligrosamente en la politización y publicó el mismo día, el siguiente titular, con la imagen del presidente del Real Madrid:

“El próximo paso, ¿invadir Polonia?”¹¹

También fue poco ético el comportamiento fotográfico de la página web de *ABC*, que el 14 de marzo hizo eco de la noticia en la que aparece una fotografía de Xavi, jugador del F. C. Barcelona, tocándose la nariz, en un gesto que puede ser asociado a prácticas de drogadicción, bajo el titular:

“El Real Madrid duda de la reputación de los médicos del Barcelona”

Todos estos comportamientos son irresponsables. Lo más grave del asunto es que el periodista de la COPE no dice cuál es su fuente, sólo asegura que proviene de la cúpula directiva del Real Madrid; sin embargo, desde los medios de Barcelona se da por comprobado, también sin ningún tipo de verificación, que es una maniobra del presidente y del entrenador del Real Madrid. Se vuelven a vulnerar los códigos éticos en su concepto de verificación. Los códigos coinciden en que los profesionales no deben hacer eco de rumores y anónimos.

11 Este titular es sumamente desacertado pues se pueden hacer dos interpretaciones políticas. Una, que con Polonia se esté refiriendo al calificativo que emplean ciertos sectores nacionalistas españoles para nombrar a Cataluña, y otra, que haga referencia a la invasión alemana de Polonia que dio inicio a la Segunda Guerra Mundial, vinculando de esta manera al Real Madrid con el nazismo. El titular, por sus dos implicaciones, resulta muy irresponsable.

Pero la contraofensiva al rumor lanzado desde la prensa de Madrid continuó en la de Barcelona, que incurrió en el mismo error: la falta de contrastación. Lo observamos en la siguiente noticia de *Mundo Deportivo* del 20 de marzo:

Juego sucio del Madrid con las insinuaciones del dopaje del Barça

El Real Madrid dio el pasado domingo una vuelta de tuerca más, quizás ya en un camino sin retorno, en su estrategia de juego sucio para intentar desestabilizar al FC Barcelona. Y es que desde el club blanco se filtró a la Cadena Cope que pedirá a la Federación Española de Fútbol controles antidopaje más rigurosos porque no se fía del Barça ni del Valencia. Según avanzó la Cope citando a “fuentes del Real Madrid”, en el club blanco se recela de los métodos de preparación y recuperación física tanto del equipo de Pep Guardiola como del de Unai Emery. Una insinuación cargada de veneno contra el gran rival deportivo del Madrid que no tiene otra intención que desestabilizar a Guardiola y sus hombres en el tramo final de la temporada. (...)

Rápidamente, y comandados por Pep Guardiola, los mecanismos del FC Barcelona se pusieron en marcha y ayer por la mañana el club emitió un duro comunicado en el que pedía una rectificación a la Cope y avisaba que estudiaba acciones legales para defender su honor y el de sus profesionales.

Ante esta reacción del Barça, Alcalá, el periodista de la Cope, pidió disculpas en una intervención para Catalunya pero insistió en que la información le llegaba desde una instancia directiva muy alta del Madrid. Y es que la noticia de la Cope ha sido, según ha podido saber MD, la guinda a una ristra de informaciones filtradas y alentadas desde el club blanco en las últimas semanas. Primero, en una contraportada de Marca se señaló a los médicos del Barça como los responsables del gran rendimiento físico del equipo, sembrando ya la duda sobre sus métodos. El pasado jueves, también Marca hizo un reportaje en que se decía que los controles antidoping del fútbol español son “de risa”. Y el domingo, en la Cope, se abrió ya definitivamente la caja de Pandora poniendo al Barça en la diana del dopaje.

También, del mismo calado es el artículo de opinión del director de *Sport*, Josep María Casanovas, del 15 de marzo de 2011:

La ‘Operación Ventilador’ del Madrid/COPE fracasa

OBJETIVO: DESESTABILIZAR AL BARÇA. Juro que esta columna está escrita con indignación y cansancio. Indignación por la sucia campaña emprendida desde la capital contra el Barça. Cansancio porque llevan tres meses contando mentiras que solo son excusas de mal perdedor. Y lo que es peor, no paran en su intento de desestabilizar al Barça. Lo último ya es de juzgado de guardia, de querrella. A la vista de que la lengua de Mourinho ya no sabe qué inventarse, que sus acusaciones caen en saco roto, que Guardiola le ignora olímpicamente, el Madrid ha decidido pasar a la segunda fase de la campaña y enchufar el ventilador de la porquería, el ventilador de la infamia, el ventilador que quiere ensuciar el prestigio del mejor equipo del mundo. Sí, sí, lo que faltaba, atacan la reputación de los médicos, ponen en duda la alimentación de los jugadores y dejan caer que hace falta controles antidoping más severos. Como que no pueden ganar la Liga ni por lo civil ni por lo criminal, se dedican a intoxicar. AQUÍ NO VALE TODO. ¡Basta ya de mentiras y falsas acusaciones! Aquí no vale todo, la guerra sucia iniciada por Mourinho y respaldada por Florentino es intolerable. La pasada temporada ya utilizaron la misma táctica, la táctica de la impotencia, la táctica del difama que algo queda, una táctica que se les volvió en contra cuando se quedaron sin ganar nada. Recuerden la campaña arbitral del ‘Villarato’, la portada del Marca hablando de ‘canguelo’ y a raíz de la eliminación en Champions en semifinales titulaban a toda página que “se acabó el ciclo”. Pero ahora se han pasado de la raya, han caído en lo más bajo cuando hablan de doping con una ligereza insultante.

Un rumor puede ocasionar conflictos y situaciones tan dantescas como esta, que sólo sirven para ‘calentar’ los ánimos de los aficionados y crispar el ambiente. Se puede apreciar que estamos ante un rumor cuando se emplean frases tan contundentes como las que están subrayadas y no las acompaña ninguna prueba o fuente. Además, se lleva a cabo una incorrecta práctica profesional por parte de todos los medios en cuestión. Ninguno publica informaciones contrastadas; son meras conjeturas, rumores sin base elevados a la categoría de noticia, y en portada. No se respetan los códigos deontológicos que versan sobre la contrastación, la rigurosidad y la diferenciación entre opiniones y hechos. Todo ello implica una grave falta ética por parte de estos medios.

Conclusiones

Hemos establecido un marco teórico, con las argumentaciones de investigadores de la comunicación, para establecer el concepto de rumor en el periodismo y para, posteriormente, realizar un análisis ético, cualitativo y comparativo, mediante una serie de ejemplos de los medios deportivos españoles. Este análisis se llevó a término comparando las noticias analizadas con los artículos éticos que recogen los códigos deontológicos en referencia al concepto de rumor.

Después de este análisis ético podemos asegurar que la prensa deportiva española incumple los artículos de los códigos deontológicos empleados en esta investigación que se refieren al uso de los rumores, objetivo principal de este trabajo. El uso del rumor es tónica habitual en el periodismo deportivo. Esto ocasiona un grave perjuicio para la ciudadanía, en su derecho a una información fidedigna, y para la propia prensa, que queda desacreditada por su falta de rigurosidad.

Se incumplen el artículo 9 del Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid: “El/la periodista sólo difundirá informaciones de las que conozca su origen, sin que pueda nunca hacerse eco de anónimos y rumores, y siempre pondrá en conocimiento de la ciudadanía los rasgos esenciales de esas noticias, sin que autorice o consienta ni su supresión ni su ocultación”; el artículo 4 del Código Europeo de Deontología del Periodismo:

La emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadoras y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los mismos. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos y datos;

el artículo 1 de la Declaració de Principis de la Professió Periodística a Catalunya: “Observar sempre una clara distinció entre els fets i opinions o interpretacions, evitant tota confusió o distorsió deliberada d’ambdues coses, així com la difusió de conjectures i rumors com si es tractés de fets”

y el artículo 2 del mismo código: “Difondre únicament informacions fonamentades, evitant en tot cas afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menysprear la dignitat de les persones i provocar dany o descrèdit injustificat a institucions i entitats públiques i privades, així com la utilització d’expressions o qualificatius injuriosos”.

Hemos podido apreciar algún caso destacado del mal uso de un rumor, como en el ejemplo del doping del F. C. Barcelona. La cadena COPE lanza el rumor de que este equipo de fútbol realiza prácticas dopantes sin aportar pruebas, con el consiguiente perjuicio para el equipo, en un claro ejemplo de mala praxis profesional. Pero la respuesta que obtiene por parte de la prensa deportiva de Barcelona también denota una mala praxis, ya que, sin ningún tipo de pruebas, acusa al presidente y al entrenador del Real Madrid de estar detrás de las filtraciones.

En otro de los casos analizados se da pie a una información sin contrastar, el apuñalamiento de un guardaespaldas del antiguo entrenador del Real Madrid, que intentaba evitar que apuñalaran al técnico. Desde el club se niega este suceso, aunque se reconoce una herida en el agente de seguridad, que se atribuye al tumulto producido a la llegada al aeropuerto. Nadie presentó ninguna denuncia, ni el club ni el agente, ante las fuerzas de seguridad del Estado. Finalmente, esta supuesta noticia no es corroborada y tampoco se piden disculpas por la información falsa, lo que denota, además de un carácter poco ético, una apatía patente hacia el respeto que se le debe a la ciudadanía.

Podemos afirmar, a tenor de lo expuesto, que el rumor es un elemento extrainformativo, cuyo uso puede producir un estado de desinformación en la sociedad. Está muy extendido en la prensa deportiva debido a las características propias de ésta, pero su empleo, como aconsejan los códigos de la profesión, es incorrecto cuando se inicia la elaboración informativa. Una prensa rigurosa y que aspire a ser catalogada como seria debe eliminar esta práctica de su quehacer cotidiano.

También nos percatamos de la indefensión de la sociedad ante los rumores, pues los medios de comunicación no ofrecen los métodos suficientes

para discernir si se está informando de un hecho contrastado o un simple rumor. Para ello es necesario acudir a las fuentes citadas y contrastadas.

Podemos concluir que el mejor método de desechar los rumores y asegurar una información fiable consiste en la contrastación de las fuentes y en un empleo equilibrado de éstas.

Por último, queremos resaltar que la prensa deportiva española debe respetar los códigos deontológicos, a los cuales están adheridas las distintas asociaciones periodísticas a las que pertenece, para otorgar a la ciudadanía una información veraz y fidedigna. El ejercicio de un periodismo profesional y serio pasa ineludiblemente por la contrastación, la veracidad y la separación de los hechos y las conjeturas. Todo lo que no sea cumplir con estas máximas del ejercicio periodístico supondrá la pérdida de la credibilidad del medio y causará perjuicio a la sociedad, a la que se desinforma de manera intencionada. Si los diarios no actúan con el rigor informativo inherente al periodismo, pueden caer en el descrédito y verse convertidos en meros tabloides sensacionalistas, tal y como son, actualmente, vistos por parte de la sociedad.

Referencias

- Aguado Terrón, J. M. y Martínez Rodríguez, L. (2005). *Introducción a la comunicación periodística escrita*. Murcia: Diego Marín.
- Alcoba, A. (1980). *El periodismo deportivo en la sociedad moderna*. Madrid: S.N.
- Blázquez, N. (2000). *El desafío ético de la información*. Salamanca: San Esteban-Edibesa.
- Casanovas, J. M. (2011). *La operación ventilador del Madrid/COPE fracasa*. Disponible en: <http://www.sport.es/es/noticias/josep-maria-casanovas/20110315/operacion-ventilador-del-madrid-cope-fracasa/print-948046.shtml> [fecha de consulta: 20 de abril de 2012].

Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid. Disponible en: <http://www.xornalistas.com/imxd/noticias/doc/1229539030codigosindimadrid.pdf> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2012].

Código Europeo de Deontología del Periodismo. Disponible en: <http://www.slideshare.net/julicap/cdigo-europeo-de-deontologa-del-periodismo> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2012].

Declaració de Principis de la Professió Periodística a Catalunya. Disponible en: <http://www.periodistes.org/ca/home/periodisme/codi-deontologic.html> [fecha de consulta: 4 de febrero de 2012].

El Pase Atrás (2013). “El doble rasero de As y Tomás Roncero”. En: *elpaseatras.blogspot.com*. Disponible en: <http://elpaseatras.blogspot.com/2013/08/el-doble-rasero-de-as-y-de-tomas-roncero.html> [fecha de consulta: 7 de septiembre de 2013].

El 9 Esportiu de Catalunya, 15 de marzo de 2011.

Forte, J. M. (2001). *La imbecilidad minuciosa: Cuaderno de bitácora del periodista deportivo*. Madrid. Ediciones Irreverentes.

Grijelmo, A. (2003). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.

Gutiérrez, M. (2005). “Javier Gómez Matallanas: ‘Despreciar la calidad es despreciar a los lectores’”. En: *Notas de Fútbol*. Disponible en: <http://www.notasdefutbol.com/personajes/javier-gomez-matallanas-despreciar-la-calidad-es-despreciar-a-los-lectores> [fecha de consulta: 14 de noviembre de 2012].

Gutiérrez, M. (2011). “La inoportuna foto de ABC”. En: *La Libreta de Van Gaal*. Disponible en: <http://www.lalibretadevangaal.com/2011/03/la-inoportuna-foto-de-abc.html> [fecha de consulta: 24 de noviembre de 2012].

- Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: El País.
- Lecaros, M. J. (1989). *Ética periodística*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica, Escuela de Periodismo.
- López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Martínez Albertos, J. L. (1999). “El periodismo en el siglo XXI: Más allá del rumor y por encima del caos”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 5, pp. 15-35.
- Paniagua Santamaría, P. (2002). “La crítica y el deporte: el placer de la influencia”. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, pp. 17-26.
- Pernau, J. (1995). “Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña”. En: Bonete Perales, E. (coord.). *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (pp. 252-271). Madrid: Tecnos.
- Ramos, L. (2011). “El Madrid llegó a Barcelona pensando en el próximo año”. En: *Sport*. Disponible en: <http://www.sport.es/es/noticias/liga-bbva/20110213/madrid-llego-barcelona-pensando-proximo-ano/947201.shtml> [fecha de consulta: 26 de octubre de 2012].
- Rodríguez Duplá, L. (1995). “Incidencia de la ética periodística del debate entre teleologismo y deontologismo”. En: Bonete Perales, E. (coord.). *Éticas de la información y deontologías del periodismo* (pp. 174-190). Madrid: Tecnos.
- Roura, V. (2001). *Cultura, ética y prensa*. Ciudad de México: Paidós Mexicana.
- Sport* (2011). “Un aficionado intentó apuñalar a Mourinho en La Coruña”. En: *Sport*. Disponible en: <http://www.sport.es/es/noticias/liga->

bbva/20110304/aficionado-intento-apunalar-mourinho-coruna/948187.shtml [fecha de consulta: 6 de abril de 2012].

Zárate, O. y Polo, F. (2011). “El juego sucio del Madrid con las insinuaciones de dopaje del Barça. En: *Mundo Deportivo*. Disponible en: http://www.mundodeportivo.com/20110315/juego-sucio-del-real-madrid-con-las-insinuaciones-del-dopaje-en-el-barca_54127341444.html [fecha de consulta: 22 de abril de 2012].